



MEDIEN Ansprechpartner:

U.S.A. Lisa Beachy, Tel. +1 978 698 1124

Europa Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

U.S.A. Susana Tapia, Tel. +1 978 698 1066

Europa Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

## Ergebnisse für das 1. Quartal 2001

Herzogenaurach, 26. April 2001 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 1. Quartal 2001.

### Highlights 1. Quartal

- Konsolidierte Umsätze stiegen um 18,1% auf € 149,4 Mio.
- Rohertragsmarge erreicht mit 41,0% Rekordhöhe
- Ergebnis vor Steuern um 33,3% verbessert
- Ergebnis pro Aktie um 43,3% von € 0,33 auf € 0,47 gestiegen

### Ausblick 2001

- Auftragsbestand +24,8%
- Management bestätigt Erwartungen für 2001

## Ergebnisse im ersten Quartal 2001

### Umsatz- und Ertragslage

Die konsolidierten **Umsatzerlöse** stiegen um 18,1% von € 126,5 Mio. auf € 149,4 Mio. Währungsbereinigt bedeutet das ein Umsatzwachstum von 16,5%. Die **weltweiten PUMA-Markenumsätze** einschließlich der Lizenzumsätze haben sich um 16,3% von € 206,2 Mio. auf € 239,9 Mio. erhöht.

#### **Starkes Wachstum bei Sportschuhen**

Bei **Sportschuhen** konnte mit 28,5% ein starkes Wachstum erzielt werden. Die Umsätze stiegen von € 79,4 Mio. auf € 102,1 Mio. Bei **Accessoires** erhöhten sich die Umsätze um 34,3% von € 5,6 Mio. auf € 7,5 Mio. Der Umsatz bei **Textilien** verminderte sich um 4,0% von € 41,5 Mio. auf € 39,8 Mio.

#### **Rohertragsmarge erreicht Rekordhöhe**

Das Rohergebnis erhöhte sich überdurchschnittlich um 25,0% von € 49,0 Millionen auf € 61,3 Millionen. Dadurch konnte die Rohertragsmarge von 38,8% auf eine Rekordhöhe von 41,0% gesteigert werden.

Die Lizenz- und Provisionserträge haben sich um 18,6% von € 7,1 Millionen auf € 8,4 Millionen erhöht.

Die Marketingaufwendungen haben sich um 20,0% von € 16,7 Mio. auf € 20,1 Mio. erhöht. Das entspricht 13,4% (13,2%) der Umsatzerlöse. Die Investitionen in die Bereiche Produktentwicklung und Design stiegen um 8,0% von € 4,7 Mio. auf € 5,1 Mio. In Prozent der Umsatzerlöse bedeutet das 3,4% (3,7%). Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen haben sich von € 24,2 Mio. auf € 31,3 Mio. erhöht. Die gesamten Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen betragen € 56,5 Mio. gegenüber € 45,6 Mio. im Vorjahr.

Das Betriebsergebnis (EBIT) konnte signifikant um 28,2% von € 9,2 Mio. auf € 11,8 Mio. gesteigert werden. In Prozent der Umsatzerlöse bedeutet das eine Verbesserung auf 7,9% gegenüber 7,3% im Vorjahr.

Das Ergebnis vor Steuern stieg um 33,3% von € 8,7 Mio. auf € 11,6 Mio. Die Bruttorendite vom Umsatz lag bei 7,8% gegenüber 6,9% im Vorjahresvergleich. Die Steuerquote für das 1. Quartal 2001 betrug 38,0% gegenüber 41,0% im 1. Quartal 2000.

### **Ergebnis je Aktie um 43,3% verbessert**

Der Konzerngewinn stieg deutlich von € 5,0 Mio. auf € 7,2 Mio. Das entspricht einer Nettorendite vom Umsatz von 4,8% (4,0%). Das Ergebnis je Aktie erreichte € 0,47 verglichen mit € 0,33 im Vorjahr. Das entspricht einer Steigerung um 43,3%.

## **Bilanz**

Die Bilanzsumme hat sich um 12,1% von € 305,2 Mio. auf € 342,2 Mio. erhöht. Die Eigenkapitalquote lag bei 41,9% gegenüber 39,6% im Vorjahr. Die Nettoliquidität verbesserte sich um € 12,8 Mio.

Die Vorräte erhöhten sich um 13,6% auf € 96,5 Mio. Lieferforderungen und sonstige Forderungen stiegen um 17,5% auf € 144,5 Mio. unterproportional zum Umsatz.

## **Regionale Highlights**

In **Westeuropa** konnte wiederum das kräftigste Wachstum erzielt werden. Die konsolidierten Umsätze stiegen um 27,1% auf € 91,2 Mio. Insbesondere die Märkte in Frankreich und Italien haben zum Wachstum beigetragen.

In **Amerika** verbesserte sich der konsolidierte Umsatz um 11,4% auf € 36,7 Mio. (€ 32,9 Mio.). In den USA verbesserten sich die Umsätze um 17,5% oder währungsbereinigt um 9,3%. Der Sportschuhmarkt in den USA zeigt wieder einen Aufwärtstrend, wohingegen sich der Textilmarkt schwierig zeigt.

In der Region **Asien/Pazifik** entwickelte sich der Umsatz um 6,3% auf € 11,9 Mio. rückläufig. Währungsbereinigt lagen die Umsätze auf Vorjahresniveau. Australien, Neuseeland und die Pazifischen Inseln sind die einzigen Länder, die von eigenen Tochtergesellschaften betreut werden, während die übrigen Länder von Lizenznehmern bedient werden. Die PUMA Markenumsätze in dieser Region einschließlich der Lizenzumsätze haben sich um 13,8% auf € 76,9 Mio. erhöht.

In **Osteuropa** lagen die Umsätze mit € 6,8 Mio. leicht über dem Vorjahreswert.

In der Region **Afrika/Mittlerer Osten** verbesserten sich die konsolidierten Umsätze um 19,8% auf € 2,8 Mio.

## **Ausblick**

### **Auftragsbestand um 24,8 % gestiegen**

Der Auftragsbestand für Lieferungen im zweiten und dritten Quartal 2001 stieg um 24,8% auf € 266,2 Mio. Währungsbereinigt bedeutet dies eine Steigerung um 23,8%.

Nach Regionen ergibt sich folgende Auftragslage: Westeuropa +32,5%, Osteuropa +57,3%, Amerika +4,7%, Asien/Pazifik +7,9%, Afrika/Mittlerer Osten +5,6%.

Nach Produktsegmenten stiegen Schuhe deutlich um +33,6%, Textilien um +6,1% und Accessoires um +22,7%.

### **Management bestätigt Erwartungen für das Geschäftsjahr 2001**

Aufgrund der sehr guten Ergebnisse im ersten Quartal und einer deutlichen Steigerung des Auftragsbestandes Ende März 2001, bestätigt das Management seine Umsatz- und Ertragserwartungen für das Geschäftsjahr 2001. Demzufolge wird im dritten Jahr in Folge währungsbereinigt wieder von einem zweistelligen Umsatzwachstum für 2001 ausgegangen. **Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: „PUMA ist ein erfolgreicher Sprung ins Jahr 2001 gelungen. Damit haben wir uns eine ausgezeichnete Startposition verschafft, um die ehrgeizigen Ziele für das gesamte Jahr zu erreichen.“**

Die Rohertragsmarge wird mindestens auf Vorjahresniveau erwartet. Die Investitionen in Marketing, Produktentwicklung und Design werden weiterhin deutlich über dem Branchendurchschnitt liegen. Die gesamten Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sollten sich jedoch in Prozent vom Umsatz rückläufig entwickeln. Aus heutiger Sicht erwartet PUMA, das Ergebnis vor Steuern überdurchschnittlich zum Umsatz steigern zu können. Die Steuerquote sollte zwischen 35% und 38% liegen.

Das Management geht davon aus, dass auch das Jahr 2001 für PUMA erfolgreich verlaufen wird. PUMA sollte damit ein weiterer großer Schritt auf dem Weg zu seinem Ziel, eine der begehrtesten Sportmarken der Welt zu werden, gelingen.

### **Der Vorstand**

---

Die vorstehenden Aussagen beinhalten Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Umsatzerlöse, Rohergebnis, Aufwendungen, Erträge, Auftragsbestände, Forecasts, Strategien und Zielsetzungen. Jede dieser Aussagen unterliegt gewissen Risiken und Schwankungen, die dazu führen können, dass die aktuellen Ergebnisse von diesen vorausschauenden Prognosen abweichen. Zukünftige Informationen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Schätzungen des Managements. Diese Informationen unterliegen dem Risiko, dass Erwartungen bzw. Annahmen anders als erwartet eintreffen können. Bestimmte Faktoren können dazu führen, dass das tatsächliche Ergebnis vom prognostizierten abweicht.

###

PUMA® ist die alternative Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse von Sport, Lifestyle und Mode kombiniert. Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter [www.puma.com](http://www.puma.com) & [www.pumabiz.com](http://www.pumabiz.com) zur Verfügung.

## Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung (IAS) für das 1. Quartal 2001

	1-3/2001 Mio. €	1-3/2000 Mio. €	Devi- ation
Schuhe	102,1	79,4	28,5%
Textilien	39,8	41,5	-4,0%
Accessoires	7,5	5,6	34,3%
Westeuropa	91,2	71,8	27,1%
Osteuropa	6,8	6,7	0,8%
Asien/Pazifik	11,9	12,7	-6,3%
Amerika	36,7	32,9	11,4%
Afrika/Mittlerer Osten	2,8	2,4	19,8%
<b>Nettoumsatzerlöse, gesamt</b>	<b>149,4</b>	<b>126,5</b>	18,1%
Materialeinsatz	-88,1	-77,5	13,7%
<b>Rohergebnis</b>	<b>61,3</b>	<b>49,0</b>	25,0%
- in % der Nettoumsatzerlöse	41,0%	38,8%	
Lizenz- und Provisionserträge	8,4	7,1	18,6%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	69,7	56,1	24,2%
	-56,5	-45,6	23,7%
<b>EBITDA</b>	<b>13,3</b>	<b>10,5</b>	26,6%
Abschreibungen	-1,5	-1,3	15,3%
<b>EBIT</b>	<b>11,8</b>	<b>9,2</b>	28,2%
- in % der Nettoumsatzerlöse	7,9%	7,3%	
Finanzierungskosten	-0,2	-0,5	-64,4%
<b>EBT</b>	<b>11,6</b>	<b>8,7</b>	33,3%
- in % der Nettoumsatzerlöse	7,8%	6,9%	
Ertragsteuern	-4,4	-3,6	23,6%
- Steuerquote	38,0%	41,0%	
Jahresüberschuss	7,2	5,1	40,1%
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	0,0	-0,1	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>7,2</b>	<b>5,0</b>	43,3%
Ergebnis je Aktie (€)	0,47	0,33	43,3%

## Konsolidierte Bilanz (IAS) zum 31. März 2001

	2001 Mio. €	2000 Mio. €	Abwei- chung
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	39,0	32,3	20,9%
Vorräte	96,5	85,0	13,6%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	144,5	123,0	17,5%
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>280,0</b>	<b>240,3</b>	16,5%
<b>Latente Steuern</b>	<b>25,0</b>	<b>30,8</b>	-18,8%
<b>Sachanlagevermögen, netto</b>	<b>31,4</b>	<b>28,1</b>	11,7%
<b>Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände</b>	<b>5,8</b>	<b>6,0</b>	-4,4%
	<b>342,2</b>	<b>305,2</b>	12,1%
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Bankdarlehen	46,4	52,5	-11,7%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	48,8	41,5	17,5%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	87,4	70,8	23,4%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>182,5</b>	<b>164,8</b>	10,8%
<b>Pensionsrückstellungen</b>	<b>13,6</b>	<b>12,9</b>	5,5%
<b>Langfristige verzinsliche Schulden</b>	<b>2,8</b>	<b>6,7</b>	-57,4%
<b>Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	
<b>Eigenkapital</b>	<b>143,3</b>	<b>120,9</b>	18,5%
	<b>342,2</b>	<b>305,2</b>	12,1%

## Ausgewählte Kennzahlen (IAS)

	1-3/2001 Mio. €	1-3/2000 Mio. €	Abwei- chung
Weltweite Umsätze	239,9	206,2	16,3%
Eigenkapitalquote	41,9%	39,6%	
Working Capital/Nettoumlaufvermögen	104,9	95,7	9,6%
Auftragsbestand	266,2	213,2	24,8%
Investitionen in Sachanlagen	3,4	2,2	55,2%
Mitarbeiter (31.03.)	1.537	1.445	6,4%
Anzahl Aktien (Mio. Stück)	15,390	15,390	

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen, die in Millionen dargestellt werden, auftreten, da die Berechnung immer auf Zahlen in Tausend basiert.